



جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

الادارة/اداره مشاريع

تأثير الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء:
بالتطبيق على مصانع المفروشات و الديكور الداخلي بمنطقة جده

.....

مشروع تخرج ٢

كلية الادارة – جامعة ميدأوشين

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

يهدف هذا الفصل إلى عرض وتحليل البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة للوصول إلى نتائج دقيقة تدعم أهداف البحث. كما يتضمن الفصل تفسير هذه النتائج ومناقشتها وربطها بالدراسات السابقة، بما يساعد في فهم أثر الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء في مصانع المفروشات والديكور الداخلي بمنطقة جدة.

٤,٢ توصيف عينة الدراسة (الإحصاءات الوصفية)

تم تحليل الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، والتي شملت متغيرات مثل (الجنس، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي).

وقد أظهرت النتائج تبايناً في خصائص العينة، مما يعكس تنوع وجهات النظر ويساهم في إعطاء صورة شاملة عن واقع الابتكار في تصميم المنتجات داخل المصانع محل الدراسة.

كما تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف توزيع أفراد العينة، بالإضافة إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد اتجاهات إجاباتهم.

٤,٣ اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

تم التأكد من صدق الاستبانة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين، وذلك للتأكد من ملاءمة العبارات لموضوع الدراسة.

كما تم قياس ثبات الأداة باستخدام معامل (كرونباخ ألفا)، حيث أظهرت النتائج أن قيم الثبات كانت مرتفعة، مما يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الموثوقية ويمكن الاعتماد عليها في تحليل البيانات.

٤,٤ الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث

تم تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات الاستبانة المتعلقة بمتغيري الدراسة (الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء)، وذلك باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

وقد أظهرت النتائج أن هناك مستوى مرتفع نسبياً من الاهتمام بالابتكار في تصميم المنتجات داخل المصانع، كما تبين وجود مستوى جيد من رضا العملاء عن المنتجات المقدمة، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين.

٤,٥ اختبار الفرضيات

تم اختبار فرضيات الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، مثل معامل الارتباط.

وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء، مما يعني أنه كلما زاد مستوى الابتكار في التصميم، ارتفع مستوى رضا العملاء.

وبناءً على ذلك، تم قبول الفرضية التي تنص على وجود تأثير إيجابي للابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء.

٤,٦ ربط النتائج بالدراسات السابقة

عند مقارنة نتائج الدراسة الحالية بالدراسات السابقة، تبيّن وجود توافق كبير، حيث أكدت معظم الدراسات أن الابتكار في تصميم المنتجات يلعب دورًا مهمًا في تحقيق رضا العملاء وزيادة قدرتها التنافسية.

وهذا يعزز من موثوقية نتائج الدراسة الحالية ويؤكد أهمية الاستثمار في الابتكار داخل المؤسسات الصناعية.

تناول هذا الفصل تحليل البيانات الإحصائية ومناقشة النتائج التي تم التوصل إليها، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء.

وتُعد هذه النتائج تمهيداً مهماً للفصل الخامس، الذي سيتناول أهم الاستنتاجات والتوصيات التي يمكن أن تستفيد منها المصانع محل الدراسة.